

## DAFTAR PUSTAKA

- Alpianoor, Auladi. 2017. “*Pengaruh City Branding serta Tagline “Kediri Lagi” Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Kabupaten Kediri*”. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 44. No.1.
- Anholt, Simon. 2007. “*Competitive identity: The new brand management for nation, cities and regions*”. USA:Palgrave Macmillan.
- Aulawi, Dede Farhan. 2019. “*Urgensi Membangun City Branding Bagi Suatu Daerah*”. <https://tangerangonline.id/2019/01/20/urgensi-membangun-city-branding-bagi-suatu-daerah/> (diakses pada tanggal 20 Maret 2020).
- DISKOMINFO. 2019. “*Menteri Luncurkan Logo Pariwisata Lets Go Belitung*”. <https://kominfo.belitungkab.go.id/2019/01/29/menteri-luncurkan-logo-pariwisata-lets-go-belitung/> (diakses pada tanggal 11 April 2020).
- Dzaky Aldo Putra & Edriana Pangestuti. 2018. “*Pengaruh City Branding “The Heart Of East Java” Pada Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Wisatawan Yang Berkunjung Ke Kabupaten Malang)*”. Jurnal Administrasi Bisnis. 61(4), 151-158.
- Farachdiba, Diana. 2014. “*Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di De’ranch Lembang*”. Skripsi. Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosila. Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Fikri, M. Kanzul. 2016. “*Pengaruh City Branding “Shining Batu” Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Kota Batu Jawa Timur*”. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim: Malang.
- Ghozali, Imam. 2012. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handi, Chandra. 2008. “*Marketing untuk orang awam*”. Palembang: Maxicom.
- Hartimbul Ginting, Nembah F. 2011. “*Manajemen Pemasaran*”. Bandung: CV Yrama Widya.

- Jesi Indriani & Chandra Kuswoyo. 2017. “*Pengaruh City Branding Pada City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kabupaten Purwakarta*”. Jurnal Manajemen Maranatha, 17(1), 41-52.
- Kartika, Ratna. 2019. “*City Branding*” *Butuh Strategi yang Komprehensif*. <https://www.prindonesia.co/detail/1339/City-Branding-Butuh-Strategi-yang-Komprehensif> (diakses pada tanggal 18 Maret 2020)
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. “*Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi Ketiga Belas Terjemahan Bob Sabran*”. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. “*Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*”. Jakarta: Erlangga.
- Lita Ayu Wandari, dkk. 2014. “*Pengaruh City Branding “Shining Batu” Terhadap City Image Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Kota Batu Tahun 2014*”. Jurnal Administrasi Bisnis. 16(1), 1-6.
- Moilanen, Teemu and Seppo Rainisto. 2009. “*How to Brand Nations, Cities and Destinations*”. 1st Edition. UK: Palgrave Macmillan.
- Nitisusastro, H. Mulyadi. 2012. “*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*”. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014. “*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. “*Metode Penelitian Management*”. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2016. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan Kombinasi (Mixed Methods)*”. Bandung: Alfabeta.
- Suryanda, M.Liga & Octavia Vanny. 2015. “*Pengantar Pemasaran Pariwisata*”. Bandung: Alfabeta.
- Priyatno, Duwi. 2010. “*Teknik Mudah Dan Cepat Melakukan Analisis Datapenelitian Dengan SPSS Dan Tanya Jawab Ujian Pandadaran*”. Yogyakarta: Gaya Media.

Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. 2011. "A Model Of Destination Branding: Integrating The Concepts Of The Branding And Destination Image". *Tourism Management*, 32(3), 465– 476.

Yananda, M.Rahmat, dan Salamah, Umami. 2014, "*Branding Tempat: Membangun Kota, Kabupaten, dan Provinsi Berbasis Identitas*". Makna Informasi, Jakarta.

Trista, Nadia L dkk. "*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Di Kota Semarang*". Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro